

ОЦЕНОЧНОСТЬ УСПЕШНОСТИ И ПРИНТ-МЕДИА

М.А. Вальковский,

Учреждение Администрации Президента Республики Беларусь

«Редакция газеты “Советская Белоруссия”»,

первый заместитель главного редактора газеты «Рэспубліка»

E-mail: valkovsky@sb.by

Аннотация: в данной статье рассмотрены механизмы и средства маркирования в белорусских принт-медиа проекта Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камень» как успешного.

Ключевые слова: медиа-картина мира, стратегическое партнерство, критический дискурс-анализ, оценочность.

Summary: this article describes the mechanisms and means of labeling in the Belarusian print-media project of the Chinese-Belarusian industrial Park “Great stone” as successful.

Keywords: media-world-picture, strategic partnerships, critical discourse analysis, evaluation.

В ходе развития журналистики был сформирован канон восприятия мира через СМИ, в рамках которого основным направлением исследований стало изучение закономерностей его процессов и механизмов. Априори принимается, что медиа озвучивают и задают стандарты успешности для политика, страны, проекта, и, собственно, артикулируют, контролируют и определяют само достижение данного параметра. Рассмотрим механизм этого процесса на примере белорусско-китайского сотрудничества, а именно наиболее амбициозного проекта в его рамках – создания Китайско-белорусского индустриального парка (КБИП) «Великий камень».

В ходе глобализационных процессов одним из заметных трендов последнего времени стало развитие отношений Беларуси и Китая, которые стороны определили как «всеобъемлющее стратегическое партнерство». Достигнутому уровню взаимоотношений сторон, кроме традиционно определяемых объективных характеристик (развитая договорно-правовая база, частота политических контактов, торгово-экономические показатели), соответствует и объективно проявляет себя в условиях информационного общества еще одна сущностная сторона – коммуникативно-информационная. Посредством нее отражается характер взаимодействия, социального общения, обмена информацией между субъектами процессов стратегического партнерства, а также тот социальный контекст, в который вписано данное коммуникативное событие, ту социальную практику, которой оно предопределено. В свою очередь дискурсивная практика может считаться «посредником между текстом и социальной практикой» [1, С.147].

Следует отметить, что процессы глобализации привнесли весьма значимые и устойчивые новые данности в формирование современного информационного

порядка вообще и в деятельность отечественной международной экономической журналистики в частности. Рост влияния информационных факторов в международных экономических отношениях, а именно в процессах стратегического партнерства, требует изучения соответствующих механизмов решения стоящих перед медиа задач. Интерес представляет выяснение изменения характера и возрастания роли медиа до уровня актора в данных процессах, анализ медийного аспекта стратегического партнерства, а именно репрезентация их, выявление медийных механизмов влияния, изучение дискурсивных практик, применяемых для формирования общественного мнения по поводу как самого партнерства, так и создания медиаобраза Китая.

Выяснение этих моментов также позволит более глубоко понять эволюцию современной журналистской деятельности от советского этапа, с превалированием информационно-пропагандистских установок, к этапу влияния на индивидуальное и массовое сознание информативными образами.

В связи с этим, полагает Е.Л. Вартанова, в исследованиях последних лет уже не ставится вопрос том, насколько существенна роль медиа в современном обществе: «СМИ осмысливаются как инструмент влияния, средство создания и укоренения в массовом сознании социальных стереотипов и мировоззренческих установок» [2].

Но нас интересует достаточно узкий аспект в этом блоке вопросов, а именно, какие средства применяются медиа для маркировки проекта как успешного, какие механизмы для этого задействуются.

В процессе репрезентации событий современные медиа конструируют в массовом сознании адресата определенные образы-представления, образы-информационные модели, формируя тем самым информационную картину мира. Само это понятие («информационная картина мира») рассматривается в рамках философского феномена «картина мира», поскольку «образ есть субъективная картина мира, включающая самого субъекта, других людей, пространственное окружение и временную последовательность событий» [3, С.834].

Для различных платформ электронных медиа термин «картина мира» предполагает также буквальное понимание, т.е. визуализацию информации – неотъемлемую характеристику ее репрезентации, в то время как принт-медиа используют для этих целей свой инструментарий. Так, стереотипы и установки инсталлируются в аудиторию на уровне смыслов, обнародование фактов сопровождается ценностными суждениями, контекст событий манипулятивно подается фрагментарно, исключая (игнорируя или замалчивая) те из них, которые не вписываются в формируемую картину мира.

Но «только факты» сами по себе не могут в полной мере служить «строительным материалом» для создаваемой принт-медиа картины мира. В ряде случаев они подкрепляются базовыми метафорами, организующими каждый компонент оппозиции, как правило, разноплановыми, хотя и с явной позитивацией или негативацией создаваемых образов. Метафорическое поле, формирующее узловую точку понятия «стратегическое партнерство», определяется как планируемое, подтверждающее и подкрепляющее позитивные стереотипные представления.

Как правило, образы имеют явно выраженную эмоциональную окраску, которая работает на их визуализацию, направлена на генерирование читателем положительных или отрицательных эмоций (радость, гордость, гнев, страх). А еще трансферт – перенос своих эмоций и фобий на других, механизм которого предполагает достижение внутреннего комфорта. Эти процессы происходят на бессознательном уровне и не контролируется человеком, то есть логика, рациональные соображения здесь полностью блокируются или существенно подавляются. Такая опора на базовые человеческие ценности, трансляция их позволяет включить аудиторию в познание чрезвычайно сложной картины мира, которая к тому же постоянно и динамично меняется.

Образы восприимчивы на ценностном уровне, они оказывают информационно-психологическое влияние путем изменения смыслов за счет того, что задействован широкий спектр эмоций. Таким образом, образ – символ, который имеет оценку и эмоциональную составляющую.

Основным методом исследования текстов о стратегическом партнерстве является критический дискурс-анализ, методологию которого во многом определили исследования в этой области Н. Фэркло, Л. Филиппса, М. Йоргансена. Данный метод исследования относится к качественным. Наряду со своими сильными сторонами он имеет и ряд моментов, которые обоснованно критикуют, в первую очередь за «элементы субъективности зачастую – неопределенности, ... известной степени интерпретационной свободы, грозящей перерасти в исследовательский хаос» [1, С.146].

Вместе с тем, предпочтение качественных методов исследований перед количественными продиктовано новизной изучаемого феномена, а также необходимостью установления связи с социальным контекстом. Л. Филиппс и М. Йоргансен отмечают, что дискурсивные исследования позволяют «управлять социальными последствиями, то есть прогнозировать развитие дискурса и созданного в нем поля значений» [4, С.237].

Но при этом необходимо иметь в виду, что развитие информационно-коммуникационных технологий вызвало тектонические изменения в медиасреде, следствием чего стало изменение «медиаповедения и медиапотребления граждан» [5].

Однако расширение источников информации и оперативности ее предоставления на первый взгляд не сильно сказались на закономерностях и особенностях отражения внешнеэкономической проблематики в медиа. Очевидно, что можно говорить об упрощении сложных явлений, подаче их в черно-белой палитре (хорошо-плохо, выгодно-невыгодно и т.д.), для облегчения восприятия слабо подготовленной аудиторией. Также трудно избежать стереотипных подходов при информировании аудитории о сложных и новых процессах в межгосударственных отношениях, такой путь позволяет преодолевать барьеры восприятия новой информации, опираясь на уже привычные и знакомые стереотипы.

Для придания положительных коннотаций применяется позитивная эмоциональная маркированность репрезентуемой информации. Одним из способов служит метафора, которая облегчает возможность аудитории осмысленно фор-

мировать свое отношение к получаемой информации за счет переноса позитивных признаков, она также используется для создания экспрессивной составляющей журналистских текстов.

Но самым распространенным способом реализации позитивации информации является оценка, которая присутствует практически во всех медийных текстах с разной степенью эксплицированности, различными соотношениями ее эмоциональных и рациональных видов.

Наличие оценки работает на повышение эффективности информирования, так как они способствуют передаче ощущений и впечатлений, служат для формирования требуемого отношения к сообщаемым фактам и описываемым ситуациям. При этом эмоциональные оценки способствуют лучшему усвоению информации, созданию эмоционально окрашенной информационной картины мира. И одновременно являются элементом ее защиты, который отвергает все, что не вписывается в эту картину, что грозит разрушением стереотипам сознания.

У каждого человека есть личное сознательное и подсознательное, собственные эмоции, чувства, отношения. Но, как писал Карл-Густав Юнг, у социума есть еще и коллективное бессознательное, которое подразумевает набор одинаковых стереотипов мышления у разных людей, включенных в него [6]. Но социум неоднороден, он состоит из разных подсистем (национальной, профессиональной, территориальной, гендерной, возрастной, и т.д.). Так что общие образы создают предпосылки для продуктивной коммуникации, для понимания каждым членом социума адресованного месиджа в одном коридоре восприятия и осмысления. То есть медиа задают рамки для этого процесса. Ведь «Информация выступает не только в качестве предпосылки, источника, но и необходимой составной части социального пространства, пронизывая собой все его составные части и элементы. Она ... фиксирует не столько количественную, сколько качественную сторону социальных процессов...» [7, С.61].

Для белорусского общественного сознания значимо из чьих уст прозвучала оценка, т.е. оно психологически ориентировано на лидеров мнений, адекватно, хотя и субъективно ее дающих. Оценки становятся ярлыками, авторскими установками на отношение к стране, процессу, явлению, личности, в связи с которыми они выражены. На торжествах по случаю открытия памятного камня в честь начала строительства КБМП «Великий камень» выступили руководители правительства Беларуси, посол КНР в Республике Беларусь.

По словам вице-премьера правительства Беларуси Анатолия Тозики, индустриальный парк представляет собой «огромный проект, который, в свою очередь, может состоять из десятков проектов». «Совместно с китайскими партнерами мы создаем условия для прихода сюда компаний с суперсовременными технологиями из разных стран», – сказал он. «Парк создается под технологии завтрашнего дня», – добавил вице-премьер [8].

В свою очередь премьер-министр Республики Беларусь Михаил Мясникович назвал это событие историческим. Объем перспективных инвестиций со стороны китайских партнеров он оценил в 15 млрд. долларов.

Чрезвычайный и Полномочный Посол КНР Цуй Цимин в ответном слове употребил поэтическое сравнение, назвав КБИП «ослепительной жемчужиной в новом “Шелковом пути”» [9].

Значимость КБИП заместитель премьер-министра передал через оценки его масштаба и уровня технологий, которые будут там применяться. Так, он охарактеризовал масштаб данного проекта как «огромный», а технологии, которые будут здесь применяться, как «суперсовременные, завтрашнего дня». Глава правительства подчеркнул масштаб события цифрой перспективных инвестиций – 15 миллиардов долларов США. В выступлениях руководителей страны также присутствует усиление позитивной характеристики проекта, завышение знака позитива до сакрализации: «суперсовременные, завтрашнего дня». Оценки выражены прилагательными в превосходной степени, они несут позитивный эмоциональный заряд. Читатели получают при знакомстве с медиатестами-отчетами с открытия памятного камня позитивные эмоции, которые трансформируются в позитивное отношение к стране, с которой развиваются процессы стратегического партнерства.

Даже название проекта КБИП «Великий камень» создает образ надежного и стабильного, большого и значимого.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Тетерин А.Е.* Применение качественных методов в политологическом исследовании (на примере критического дискурс-анализа Н. Фэркло) // Полис: Политический дискурс. 2011. № 5. С. 145-150.
2. *Вартанова Е.Л.* Теория СМИ. Актуальные вопросы. М.: Медиамир. 2009. 318 с.
3. Большой энциклопедический словарь / Под ред. академика А.М. Прохорова) Изд. 2-е, перераб., доп. Изд-во: Большая Российская энциклопедия, научное издательство, 2002. 1456 с.
4. *Йоргенсен Марианне В., Филлипс Дж. Луиза.* Дискурс-анализ. Теория и метод / Пер. с англ. Харьков: Гуманитарный центр, 2008. 352 с.
5. *Фролова Т.И.* Гуманитарные контент-модели в практике российских информационных агентств. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://mediascope.ru/node/1490> (режим доступа – свободный).
6. *Юнг К.Г.* Архетип и символ. М., 1991. С.182.
7. *Проскурин С.А.* Геополитическое измерение глобального информационного пространства // Геополитика: Учебник / Под общ. ред. В.А. Михайлова; Отв. ред. Л.О. Терновская, С.В. Фокин. М.: Изд-во РАГС, 2007. С. 59-71.
8. Строительство первой очереди Китайско-белорусского технопарка планируется завершить через пять лет. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://realt.onliner.by/2014/06/20/techopark-5/> (режим доступа – свободный).
9. *Пономарев В.* Этот парк не для отдыха. Для дела // Советская Белоруссия. 2014. № 115 (24496). 20.06. С.2.